

BAB V

PENUTUP

5.1. Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi dalam revitalisasi kesenian tradisional Wayang Orang Ngesti Pandawa di era digital dengan menggunakan pendekatan teori *Integrated Marketing Communication* (IMC) dan *Social Construction of Technology* (SCoT). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Wayang Orang Ngesti Pandawa telah memulai proses revitalisasi melalui berbagai strategi komunikasi seperti pemanfaatan media sosial, penyelenggaraan program edukatif, dan kolaborasi lintas sektor. Strategi ini mencerminkan upaya adaptasi terhadap audiens digital serta partisipasi generasi muda dalam memproduksi konten budaya.

Namun, strategi yang dijalankan masih bersifat parsial dan belum terstruktur secara manajerial. Elemen-elemen penting dalam revitalisasi seperti identifikasi dan dokumentasi nilai budaya, pelibatan komunitas, serta dukungan kebijakan dan kelembagaan belum berjalan optimal. Dalam perspektif IMC, komunikasi Wayang Orang Ngesti Pandawa belum sepenuhnya mengintegrasikan pesan lintas kanal, belum berbasis segmentasi audiens, dan minim evaluasi sehingga dari strategi yang sudah dijalankan tidak dapat terukur dan terintegrasi untuk dapat membangun narasi budaya di era digital. Ini menunjukkan bahwa gagalnya integrasi pesan akhirnya menghambat efektivitas revitalisasi.

Sementara dari pendekatan SCoT, pemanfaatan teknologi digital menghadapi resistensi internal akibat kesenjangan literasi digital dan budaya organisasi yang belum adaptif terhadap perubahan. Dengan demikian, strategi komunikasi Wayang Orang Ngesti Pandawa menunjukkan potensi dalam proses revitalisasi, namun masih memerlukan penguatan pada aspek perencanaan strategis, pengelolaan organisasi yang lebih terstruktur secara kelembagaan, serta peningkatan kapasitas SDM. Untuk mewujudkan revitalisasi yang berkelanjutan, komunikasi budaya harus dikelola secara kolaboratif, terintegrasi, dan inklusif antar lintas generasi.

5.2. Implikasi

5.2.1. Implikasi Teoretis

Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap penguatan teori *Integrated Marketing Communication* (IMC) dan *Social Construction of Technology* (SCOT) dalam bidang pelestarian kesenian tradisional. Melalui pendekatan IMC, penelitian ini memperlihatkan bahwa bauran komunikasi, yakni media sosial, *event*, promosi daring, dan kolaborasi dapat diadaptasi dalam seni pertunjukan tradisional untuk membangun kesadaran, menarik minat audiens baru, serta memperkuat keterikatan emosional terhadap budaya. Sementara itu, penerapan teori SCoT menunjukkan bahwa pemahaman dan penggunaan teknologi dalam pelestarian budaya bukan semata karena faktor teknis, melainkan dibentuk oleh relasi sosial, generasi, dan struktur kekuasaan yang ada dalam organisasi kesenian yang harus diperhatikan

karena dapat memengaruhi penerapan teknologi dalam keberlanjutan strategi yang akan digunakan dalam revitalisasi kesenian tradisional.

5.2.2. Implikasi Sosial

Penelitian ini menunjukkan bahwa kesenian tradisional seperti Wayang Orang Ngesti Pandawa memiliki potensi besar untuk menjadi alat pembangunan kesadaran budaya, mempertahankan identitas lokal, dan media edukasi nilai-nilai luhur atau adiluhung bangsa. Strategi komunikasi yang inklusif dan adaptif terhadap perkembangan teknologi dapat menjadi jembatan antara generasi lama dan generasi penerus dalam pelestarian budaya. Revitalisasi melalui pendekatan yang relevan di era digital juga dapat membuka ruang partisipasi masyarakat, memperluas jangkauan, dan menciptakan relasi baru antara kesenian dan publik urban yang selama ini semakin jauh dari pertunjukan tradisional.

5.2.3. Implikasi Praktis

Penelitian ini memberikan wawasan praktis bagi pelaku seni dan pengelola organisasi kesenian tradisional dalam merancang strategi komunikasi yang lebih terstruktur. Pentingnya membentuk divisi khusus digital dan promosi, menyusun kalender konten, mengevaluasi keterlibatan audiens secara berkala, serta mengembangkan kolaborasi dengan komunitas seni institusi pendidikan, pemerintah, dan sektor lainnya merupakan langkah-langkah konkret yang dapat diterapkan untuk mendukung revitalisasi. Pemerintah Daerah dan Pemerintah Kota juga dapat memanfaatkan hasil ini untuk menyusun kebijakan dukungan yang lebih

tepat sasaran bagi keberlangsungan kelompok seni tradisional di era digital serta memberikan rekomendasi dan pembinaan agar kesenian tradisional tidak semakin redup di masyarakat digital.

5.3. Rekomendasi

Berdasarkan hasil temuan dan analisis dalam penelitian ini, terdapat sejumlah rekomendasi yang dapat dijadikan acuan untuk mendukung keberlanjutan strategi komunikasi dalam revitalisasi Wayang Orang Ngesti Pandawa (WONP). Secara teoretis, pendekatan komunikasi strategis dalam pelestarian budaya perlu mengintegrasikan teori komunikasi modern seperti *Integrated Marketing Communication (IMC)* dan *Social Construction of Technology (SCOT)* agar proses revitalisasi tidak hanya bersifat simbolik, tetapi juga adaptif terhadap dinamika sosial dan perkembangan teknologi.

Selain itu, penelitian lanjutan disarankan untuk mengeksplorasi pendekatan *participatory communication* dan *cultural branding* dalam konteks pelestarian seni tradisi berbasis komunitas. Pendekatan ini dapat memperkuat peran komunitas, khususnya generasi muda, dalam membangun makna dan keterlibatan budaya secara lebih aktif. Penelitian berikutnya juga dapat mempertimbangkan penggunaan metode kuantitatif atau *mixed methods* untuk mengukur secara sistematis pengaruh strategi komunikasi terhadap peningkatan partisipasi dan apresiasi masyarakat.

Secara praktis, Wayang Orang Ngesti Pandawa perlu melakukan restrukturisasi organisasi, khususnya dengan membentuk tim komunikasi digital yang bertanggung jawab atas perencanaan, produksi, distribusi, dan evaluasi

konten. Ini penting agar pengelolaan media sosial tidak lagi bertumpu pada individu semata, melainkan menjadi bagian dari sistem kerja kolektif yang berkelanjutan. Selain itu, peningkatan kapasitas anggota melalui pelatihan literasi digital, manajemen konten, dan strategi komunikasi berbasis data sangat diperlukan untuk menyelaraskan pemahaman antara generasi senior dan muda dalam menjalankan proses revitalisasi.

Strategi komunikasi yang efektif juga perlu dilengkapi dengan sistem *monitoring* dan evaluasi berbasis *Key Performance Indicators (KPI)*, seperti tingkat keterlibatan (*engagement*), respons audiens, *conversion rate*, dan optimalisasi media digital yang digunakan. Disarankan pula agar program edukasi budaya seperti *Wayang Orang Goes to School, Goes to Campus, dan WO on The Street* diinstitutionalkan sebagai program kerja rutin karena menjadi upaya strategis dalam membentuk pengenalan dan kecintaan generasi muda terhadap budaya lokal serta mendorong proses regenerasi.

Dari sisi sosial, dukungan dari pemerintah daerah, kota, dan lembaga kebudayaan perlu ditingkatkan, tidak hanya dalam bentuk bantuan finansial, tetapi juga berupa program penguatan kapasitas digital dan manajerial bagi organisasi kesenian. Pemerintah dapat memainkan peran sebagai fasilitator pelatihan digital, penyedia teknologi, serta pembentuk kebijakan kolaboratif yang menjembatani komunitas seni dan pelaku industri kreatif digital. Selain itu, kerja sama lintas sektor, seperti dengan institusi pendidikan, komunitas seni, dan perusahaan digital, perlu dikembangkan secara profesional dan berkelanjutan agar membentuk ekosistem budaya yang kuat dan saling mendukung.

Terakhir, upaya menjadikan Wayang Orang Ngesti Pandawa sebagai ikon budaya Kota Semarang perlu dikaji lebih lanjut agar tidak hanya menjadi bagian dari proyek simbolik atau politisasi budaya, tetapi mampu membawa dampak struktural dan transformatif dalam pelestarian seni tradisi. Dengan demikian, diharapkan penelitian ini dapat berkontribusi secara akademik dan praktis, sekaligus menjadi pijakan menuju revitalisasi budaya yang inklusif, adaptif, dan kolaboratif di era digital.